

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Model pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Nganjuk

Berdasarkan wawancara tentang model pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Sub Branch Manager* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Affandi sebagai berikut:

“Model pemasaran yang dilakukan yaitu setiap nasabah yang datang untuk beberapa tabungan akan direkomendasikan untuk mendaftar tabungan iB Hijrah Rencana, salah satunya membuka tabungan haji, karena tabungan iB Hijrah Rencana memiliki bagi hasil yang lebih besar daripada produk tabungan lainnya, dengan nisbah 30% dan tidak ada biaya admin. Pemasaran dengan media social dilakukan melalui Facebook, Twitter, Instagram dan Web Resmi Bank Muamalat, serta dengan cara meng-*share* brosur melalui status WhatsApp yang dilakukan oleh seluruh karyawan Bank Muamalat KCP Nganjuk”⁸²

Berdasarkan wawancara tentang model pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk Ibu Haniza sebagai berikut:

“Apabila ada nasabah yang datang ke Customer Service dan sudah memiliki produk tabungan inti akan ditawarkan produk tabungan iB Hijrah Rencana serta dijelaskan mengenai keunggulan produk tersebut. Pemasaran melalui media social dilakukan dengan memposting brosur produk tabungan iB Hijrah

⁸² Affandi Sophia W, *Sub Branch Manager* Bank Muamalat KCP Nganjuk, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

Rencana di WhatsApp dan Instagram resmi Bank Muamalat KCP Nganjuk.”⁸³

Berdasarkan wawancara tentang model pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Strategi yang paling efektif adalah *cross selling* dengan menawarkan produk secara langsung kepada nasabah yang datang ke bank serta mengarahkan nasabah untuk mewujudkan rencana di masa depan misalnya untuk haji atau untuk kebutuhan lainnya misalnya untuk biaya pendidikan anak di masa depan. Strategi kedua, yaitu dengan cara datang langsung ke rumah nasabah (*door to door*) atau melalui via telepon yang dilakukan dengan mengirim pesan melalui WhatsApp oleh *Relationship Manager Funding* kepada nasabah yang sudah memiliki rekening tabungan di Bank Muamalat KCP Nganjuk. Strategi ketiga, yaitu dengan melakukan kunjungan ke lembaga-lembaga misalnya ke sekolah atau perusahaan yang dilakukan dengan mengajukan surat izin atau proposal kemudian melakukan sosialisasi mengenai produk tabungan iB Hijrah Rencana. Strategi keempat, yaitu melalui media social.”⁸⁴

Berdasarkan wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa model pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Nganjuk lebih menekankan kepada promosi langsung yang dilakukan dengan menawarkan produk secara langsung kepada nasabah yang datang ke bank dengan cara serta menjelaskan mengenai keunggulan-keunggulan produk tabungan iB Hijrah Rencana.

⁸³ Haniza, *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

⁸⁴ Vudha Wisnala, *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

Selain strategi pemasaran diatas, Bank Muamalat KCP Nganjuk juga menerapkan model pemasaran berdasarkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Produk (*Product*)

Hal ini disampaikan oleh Bapak Vudha selaku *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk sebagai berikut:

“Dalam memasarkan suatu produk kita harus menguasai mengenai produk yang ingin kita tawarkan, agar kita dapat memahami kebutuhan nasabah. Selain itu dalam memasarkan produk, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu tentang produk itu sendiri, produk yang baik harus memiliki ciri khas tersendiri agar dapat membedakan dengan produk lain. Produk tabungan iB Hijrah Rencana sudah memenuhi kriteria tersebut, karena tabungan ini memiliki rancangan produk yang menarik yaitu dari namanya sendiri tabungan ini memiliki kata “rencana”, sehingga masyarakat awam akan mudah memahami. Yang kedua yaitu kualitas produknya, produk tabungan iB Hijrah Rencana memberikan fasilitas yang sangat memadai, yaitu nasabah dapat menentukan sendiri jumlah setoran dan jangka waktunya, sehingga tidak membebankan nasabah. Yang ketiga yaitu kinerja produk, tabungan ini merupakan tabungan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan dengan jangka waktu tertentu, sehingga nasabah yang memiliki impian di masa depan dapat menggunakan produk tabungan ini”.⁸⁵

Berdasarkan wawancara tentang strategi produk yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk Ibu Haniza sebagai berikut:

“Strategi produk merupakan hal utama, karena produk merupakan objek yang akan kita tawarkan, mengetahui tentang kelebihan dan kekurangan produk merupakan salah satu cara yang kita lakukan untuk memasarkan produk. Dengan menguasai tentang hal tersebut, maka kita akan

⁸⁵ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

mudah memahami kebutuhan nasabah, sehingga nasabah akan terbantu dan tidak akan ragu menggunakan produk tabungan ini.”⁸⁶

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan memasarkan produk yang dilakukan oleh *Relationship Manager Funding* dan *Customer Service* harus benar-benar menguasai mengenai produk tersebut, dengan memahami tentang kelebihan dan kelemahan produk, sehingga dapat membantu memenuhi kebutuhan nasabah.

b. Strategi Harga (Price)

Berdasarkan wawancara tentang strategi harga yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Harga untuk tabungan ini sangat terjangkau, yaitu minimal Rp 100.000,00 untuk setoran awalnya dan minimal Rp 100.000,00 juga untuk minimal setoran perbulannya, hal ini tentunya menjadi salah satu keunggulan produk tabunga iB Hijrah Rencana dari segi harga. Sehingga tidak memberatkan nasabah dan dapat ditentukan sendiri sesuai kebutuhan nasabah.”⁸⁷

Berdasarkan wawancara tentang strategi harga yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk Ibu Haniza sebagai berikut:

“Tabungan ini merupakan tabungan yang ditujukan kepada nasabah untuk mendisiplinkan nasabah menabung untuk mewujudkan impian di masa depan. Sehingga tabungan ini bersifat fleksibel yaitu tidak memaksa dan membebaskan nasabah dengan sistem autodebet yaitu perbulannya akan

⁸⁶ Haniza, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

⁸⁷ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

diambil dari tabungan utama, nominalnya terserah nasabah dengan minimal Rp 100.000,00.”⁸⁸

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam strategi harga pada produk ini sangat terjangkau, sehingga dapat menjadi salah satu keunggulan produk, sehingga dapat menarik minat masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan tersebut.

c. Strategi Tempat (*Place*)

Wawancara tentang strategi tempat yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Lokasi Bank Muamalat KCP Nganjuk ini sangat strategis, yaitu berada di jalan raya yang mudah dijangkau masyarakat luas berbagai sarana transportasi. Hal ini menjadi keunggulan dari bank ini, karena tempat yang strategis merupakan faktor penting yang menentukan kesuksesan dalam pemasaran. Dengan lokasi yang strategis ini memungkinkan masyarakat dapat lebih mudah melihat dan menjangkau lokasi ini, sehingga informasi atau promosi yang kita lakukan akan mudah pula sampai ke masyarakat.”⁸⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam strategi tempat merupakan hal yang sangat penting, semakin strategis lokasi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan begitu pula sebaliknya.

⁸⁸ Haniza, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

⁸⁹ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan wawancara tentang strategi promosi yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Pada masa pandemi saat ini pemasaran melalui social media sangat membantu, karena dengan pemasaran online kita tetap bisa melakukan promosi tanpa harus terjun langsung ke lokasi, keunggulan lain dari pemasaran ini adalah informasi dapat dengan luas tersebar. Promosi melalui media social dengan menggunakan berbagai media seperti Facebook, Twitter, Instagram, serta melalui web resmi Bank Muamalat.”⁹⁰

Berdasarkan wawancara tentang strategi promosi yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk Ibu Haniza sebagai berikut:

“Kita melakukan promosi melalui media social, dengan cara memposting foto brosur melalui media social pribadi masing-masing, tidak hanya bagian marketing saja yang melakukan kegiatan promosi ini, namun semua karyawan Bank Muamalat KCP Nganjuk juga turut melakukan pemasaran ini.”⁹¹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam strategi promosi dilakukan dengan promosi secara online melalui media social karena dianggap lebih efektif di masa pandemi saat ini, hal ini dilakukan agar dapat mengenalkan produk kepada nasabah, salah satunya adalah produk tabungan iB Hijrah Rencana.

⁹⁰ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

⁹¹ Haniza, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

e. Strategi Orang (*People*)

Wawancara tentang strategi orang yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk

Ibu Haniza sebagai berikut:

“Strategi orang merupakan salah satu strategi yang sangat berpengaruh terhadap strategi lainnya, karena yang melakukan semua strategi pemasaran adalah orang itu sendiri. Dalam hal ini Bank Muamalat KCP Nganjuk memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan misi kami, yaitu berdasarkan prinsip kehati-hatian, dan keunggulan sumber daya manusia. Dengan adanya hal ini Bank Muamalat KCP Nganjuk para karyawan selalu bersikap rama dan sabar, selain itu para karyawan disini juga dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang luas sesuai bidang masing-masing, sehingga para nasabah maupun calon nasabah yang datang kesini akan merasa nyaman.”⁹²

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam strategi orang dilakukan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dengan selalu bersikap ramah dan sabar dalam menjelaskan dan menawarkan produk kepada nasabah.

f. Strategi Proses (*Process*)

Wawancara tentang strategi proses yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat

KCP Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Proses memasarkan produk dilakukan sesuai prinsip Syariah, yaitu dengan mengedepankan etika yang jujur dan menghindari segala bentuk transaksi yang dilarang dalam hukum Syariah. Selain itu para karyawan juga dibekali

⁹² Haniza, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

dengan akhlak dalam memasarkan produknya kepada nasabah.”⁹³

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam strategi proses dilakukan dengan mengedepankan akhlak dan etika serta menghindari segala macam yang dilarang oleh hukum Syariah.

g. Strategi Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Berdasarkan wawancara tentang strategi lingkungan fisik yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding Bank Muamalat KCP Nganjuk* Bapak Vudha sebagai berikut:

“Bukti fisik ditampilkan secara nyata oleh kantor kami, yaitu dengan ruangan yang bersih dan luas, serta dilengkapi dengan fasilitas yang modern seperti AC, CCTV, dan sebagainya. Hal ini kami lakukan untuk memberikan kenyamanan terhadap nasabah yang datang ke Bank, dengan lingkungan fisik yang baik tentunya akan membuat nasabah betah dan tidak kapok lagi datang ke Bank.”⁹⁴

Berdasarkan wawancara tentang strategi promosi yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service Bank Muamalat KCP Nganjuk* Ibu Haniza sebagai berikut:

“Dalam hal ini kami seluruh karyawan Bank Muamalat KCP Nganjuk dituntut untuk selalu berpenampilan rapi dan sopan, karena yang pertama kali dilihat oleh nasabah dan calon nasabah yang datang ke Bank adalah karyawan. Dengan penampilan yang bagus membuat nasabah nyaman berinteraksi dengan kita.”⁹⁵

⁹³ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

⁹⁴ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

⁹⁵ Haniza, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam strategi lingkungan fisik dilakukan dengan menampilkan bukti fisik kantor yang dibuat senyaman mungkin, selain itu juga harus memperhatikan penampilan karyawan demi kenyamanan nasabah saat berada di Bank.

B. Hambatan dalam proses pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Nganjuk

Berdasarkan wawancara tentang hambatan dalam proses pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Sub Branch Manager* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Affandi sebagai berikut:

“Hambatan yang paling utama yaitu kurangnya rasa ingin menabung pada nasabah, hambatan lainnya yaitu dikarenakan adanya Pandemi Covid-19 terjadi penurunan jumlah nasabah yang mendaftar, padahal sebelumnya hampir selalu meningkat karena tabungan iB Hijrah Rencana karena bagi hasilnya lumayan besar.”⁹⁶

Berdasarkan wawancara tentang hambatan dalam proses pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Nganjuk Ibu Haniza sebagai berikut:

“Tidak ada hambatan karena produk tabungan iB Hijrah Rencana memiliki peminat yang lumayan banyak daripada produk tabungan lainnya karena jangka waktunya fleksibel yaitu 3 bulan sampai 20 tahun dan bertujuan untuk satu tujuan tertentu, berbeda dengan asuransi meskipun asuransi jika sudah dicairkan dapat digunakan untuk keperluan sesuai keinginan nasabah, namun

⁹⁶ Affandi Sophia W, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

produk tabungan iB Hijrah Rencana tujuannya lebih spesifik. Misalnya jika nasabah ingin qurban, mereka lebih memilih untuk menggunakan produk tabungan iB Hijrah Rencana karena lebih jelas dan akan diberikan buku tabungan yang sudah tertulis nama nasabah dan tujuan menabung.”⁹⁷

Berdasarkan wawancara tentang hambatan dalam proses pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding Bank Muamalat KCP* Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Jarang ditemukan adanya hambatan karena pada umumnya orang yang akan menabung didasari oleh kesadaran dirinya sendiri karena timbul rasa kekhawatiran tentang kebutuhan di masa mendatang. Namun hambatan yang ditemui ketika dilapangan yaitu adanya nasabah yang lupa untuk melakukan setoran ke tabungan rencana, akibatnya jika nasabah lupa melakukan setoran selama maksimal 3 bulan, uang akan kembali ke tabungan induk dan dikenai biaya otomatis Rp100.000,00. Hambatan ketika masa Pandemi Covid-19 adanya penurunan untuk pembukaan rekening karena orang akan mengurangi aktivitasnya yang mengakibatkan orang yang datang ke bank berkurang dan apabila ada nasabah yang berkunjung ke bank ketika akan ditawari kadang akan menolak karena terburu-buru dan merasa takut jika lama-lama berada dibank, sehingga untuk melakukan promosi secara *cross selling* kecil.”⁹⁸

Berdasarkan wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hambatan dalam proses pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP adalah kurangnya rasa kesadaran masyarakat untuk menabung. Hambatan kedua, yaitu nasabah lupa untuk melakukan setoran pada tabungan tabungan iB Hijrah Rencana. Hambatan berikutnya adalah karena adanya pademi menimbulkan penurunan jumlah nasabah untuk pembukaan rekening tabungan iB Hijrah Rencana.

⁹⁷ Haniza, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

⁹⁸ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

C. Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam proses pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Nganjuk

Berdasarkan wawancara tentang solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam proses pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Sub Branch Manager* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Affandi sebagai berikut:

“Menumbuhkan rasa ingin menabung yang diawali dari anak-anak dengan cara datang ke sekolah-sekolah untuk menawarkan tabungan dan memberikan edukasi tentang pentingnya menabung serta manfaatnya di masa depan.”⁹⁹

Berdasarkan wawancara tentang solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam proses pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Relationship Manager Funding* Bank Muamalat KCP Nganjuk Bapak Vudha sebagai berikut:

“Ketika ada nasabah yang lupa melakukan setoran sebenarnya harus diingatkan namun karena banyaknya nasabah tidak memungkinkan untuk diingatkan satu per satu, maka solusinya yaitu ketika diawal pembukaaan rekening pihak bank akan menjelaskan secara detail mengenai waktu jatuh tempo yaitu jika selama 3 bulan tidak melakukan setoran, maka otomatis uangnya akan kembali ke rekening induk, solusi selanjutnya yaitu mengedukasi nasabah untuk mencetak buku tabungan sebulan sekali, atau dua bulan sekali, hal ini secara tidak langsung akan membuat nasabah untuk datang ke bank. Solusi untuk hambatan karena adanya Pandemi Covid-19 yaitu dengan meningkatkan promosi melalui media social, hal ini dilakukan untuk

⁹⁹ Affandi Sophia W, Wawancara pada tanggal 16 November 2021

mengurangi kontak langsung dengan nasabah, karena pada masa Pandemi jumlah nasabah yang berkunjung ke bank mengalami penurunan.”¹⁰⁰

Berdasarkan wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa solusi untuk mengatasi hambatan agar dapat menumbuhkan rasa ingin menabung yaitu dengan cara mensosialisasikan pentingnya menabung sejak dini. Solusi kedua, yaitu jika nasabah lupa melakukan setoran, maka pihak bank akan menjelaskan diawal pembukaan rekening tabungan iB Hijrah Rencana mengenai waktu jatuh tempo. Solusi ketiga, yaitu pada masa Pandemi Covid-19 saat ini pihak bank akan lebih menekankan promosi melalui media social.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan masyarakat sekitar lokasi Bank Muamalat KCP Nganjuk dari berbagai macam latar pekerjaan dan usia untuk mengetahui terkait pengetahuan dan minat mereka terhadap produk tabungan iB Hijrah Rencana.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Nanang, bekerja sebagai wiraswasta, usia 29 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tahu sedikit tentang produk itu, karena pada saat saya datang ke Bank untuk memperbaiki kartu ATM saya yang terblokir, disitu *Customer Service* sempat menjelaskan mengenai produk tabungan iB Hijrah Rencana. Respon saya ketika ditawarkan produk tersebut senang, namun saya belum berminat untuk membuka rekening tabungan tersebut karena untuk saat ini belum butuh, kalau memang perlu ya saya berminat.”¹⁰¹

¹⁰⁰ Vudha Wisnala, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰¹ Nanang, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sumiran, bekerja sebagai petani, usia 68 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan tersebut, karena pihak bank tidak pernah menawarkan produk itu. Jika saya ditawarkan produk tersebut saya senang, namun saya tidak berminat untuk membuka rekening tabungan tersebut, karena untuk kebutuhan sehari-hari saja sudah pas-pasan, lagipula umur saya sudah tua, jadi saya tidak memiliki rencana untuk masa depan, saya mengandalkan hasil panen saja.”¹⁰²

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Darmaji, bekerja sebagai sopir, usia 50 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tersebut, karena tidak pernah ke bank Muamalat dan pihak bank tidak pernah bersosialisasi mengenalkan produk tabungan tersebut. Jika saya ditawarkan produk tersebut saya senang, namun saya tidak berminat untuk membuka rekening tabungan tersebut, karena saya belum memiliki gambaran tentang rencana masa depan, saya lebih ingin memenuhi kebutuhan sehari-hari saja.”¹⁰³

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Agung, bekerja sebagai montir, usia 60 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu, karena tidak pernah ditawarkan produk tersebut. Jika saya ditawarkan saya senang, namun saya tidak berminat untuk membuka rekening pada tabungan tersebut, karena sudah memiliki rekening tabungan di Bank konvensional.”¹⁰⁴

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Waji, bekerja sebagai tukang becak, usia 59 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan itu, karena pihak bank juga tidak pernah bersosialisasi menawarkan produk tersebut. Jika saya ditawarkan saya senang, namun tidak berminat untuk membuka rekening pada tabungan tersebut, karena sudah memiliki rekening di Bank konvensional.”¹⁰⁵

¹⁰² Sumiran, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰³ Darmaji, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰⁴ Agung, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰⁵ Waji, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Agus, bekerja sebagai kurir, usia 28 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan itu, karena pihak bank tidak pernah bersosialisasi menawarkan produk tersebut. Jika saya ditawarkan saya senang, namun tidak berminat untuk membuka rekening pada tabungan tersebut, karena sudah mendaftar asuransi.”¹⁰⁶

Berdasarkan wawancara dengan Trianita, mahasiswa, usia 19 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan tersebut dan pihak bank tidak pernah menawarkan karena tidak punya rekening tabungan di bank tersebut. Jika saya ditawarkan saya senang, namun untuk saat ini saya belum berminat karena belum terlalu memikirkan untuk masa depan.”¹⁰⁷

Berdasarkan wawancara dengan Salwa, pelajar, usia 16 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan itu dan baru tahu lokasi Bank Muamalat ini karena saya bukan asli orang sini. Jika saya ditawarkan saya senang, namun belum berminat karena masih sekolah, mungkin nanti kalau sudah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri saya berminat untuk membuka rekening tabungan tersebut.”¹⁰⁸

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Fatimah, ibu rumah tangga, usia 28 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan tersebut, karena pihak bank tidak pernah menawarkan produk itu. Jika saya ditawarkan produk tersebut saya senang, namun saya tidak berminat untuk membuka rekening tabungan tersebut, karena sudah memiliki tabungan di Bank konvensional.”¹⁰⁹

¹⁰⁶ Agus, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰⁷ Trianita, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰⁸ Salwa, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

¹⁰⁹ Fatimah, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Munawar, bekerja sebagai tukang becak, usia 60 Tahun, sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang produk tabungan tersebut, karena pihak bank tidak pernah menawarkan produk itu. Jika saya ditawarkan produk tersebut saya senang, namun saya tidak berminat untuk membuka rekening tabungan tersebut, karena bagaimana mau menabung, penghasilan saya sehari-hari saja tidak menentu.”¹¹⁰

Berdasarkan wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat masyarakat terhadap produk tabungan iB Hijrah Rencana sangat rendah, faktor utamanya karena tidak adanya pemasaran dari pihak bank untuk mengenalkan produk tabungan tersebut. Faktor lainnya disebabkan karena kebanyakan masyarakat lebih memilih menggunakan produk tabungan Bank konvensional.

¹¹⁰ Munawar, Wawancara pada tanggal 19 November 2021

Laporan Observasi

- Identitas Observee** : Nama : Devy Oktavia Puspitarini
Usia : 22 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
- Judul** : Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Rencana dalam Menarik Minat Nasabah di Bank Muamalat KCP Nganjuk
- Tujuan Observasi** : Untuk mengetahui model pemasaran, hambatan, serta solusi untuk mengatasi hambatan dalam proses pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Nganjuk
- Tanggal Observasi** : 16 dan 19 November 2021
- Tempat Observasi** : Bank Muamalat KCP Nganjuk yang berada di Jl. Gatot Subroto No.52, Kauman, Nganjuk
- Hasil Pengamatan** :

Wawancara dilakukan terhadap 14 narasumber, yaitu 4 orang karyawan Bank dan 10 orang masyarakat yang berada di sekitar lokasi Bank Muamalat KCP Nganjuk. 4 karyawan tersebut meliputi *Sub Branch Manager, Relationship Manager Funding, Customer Service, dan Teller.*

Wawancara dengan narasumber Bapak Affandi Sophia W. selaku *Sub Branch Manager* dilaksanakan pada hari Selasa, 16 November 2021. Data yang diperoleh dari lapangan saat mengobservasi Bapak Affandi diantaranya tujuan

produk Tabungan iB Hijrah Rencana sebagai solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan yang lebih baik sesuai prinsip Syariah. Pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Rencana dilakukan melalui media social seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Web Resmi Bank Muamalat. Hambatan dalam pemasaran yang paling utama yaitu kurangnya rasa ingin menabung pada nasabah, dan solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan Menumbuhkan rasa ingin menabung dan memberikan edukasi tentang pentingnya menabung. Nasabah tabungan iB Hijrah Rencana pada tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut.

Wawancara dengan narasumber Bapak Vudha Wisnala selaku *Relationship Manager Funding* dilaksanakan pada hari Jum'at, 19 November 2021. Data yang diperoleh dari lapangan saat mengobervasi Bapak Vudha diantaranya Tujuan *Relationship Manager Funding* memasarkan produk tabungan iB Hijrah Rencana yaitu untuk mengubah cara berpikir orang agar sadar menabung. Strategi pemasaran yang paling efektif adalah *cross selling*, Strategi kedua, yaitu dengan cara datang langsung ke rumah nasabah (*door to door*) atau melalui via telepon, Strategi ketiga, yaitu dengan melakukan kunjungan ke lembaga-lembaga misalnya ke sekolah atau perusahaan. Hambatan yang ditemui ketika dilapangan yaitu adanya nasabah yang lupa untuk melakukan setoran ke tabungan rencana, Hambatan ketika masa Pandemi Covid-19 yaitu adanya penurunan untuk pembukaan rekening. Solusi dari hambatan tersebut dapat dilakukan dengan mengedukasi nasabah untuk mencetak buku tabungan tiap

periode tertentu, Solusi untuk hambatan karena adanya Pandemi Covid-19 yaitu dengan meningkatkan promosi melalui media social. Segmentasi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana terbagi menjadi tiga kategori, yaitu dibawah 20 tahun, 20-40 tahun, dan 40-60 tahun.

Wawancara dengan narasumber Ibu Haniza selaku *Customer Service* dilaksanakan pada hari Selasa, 16 November 2021. Data yang diperoleh dari lapangan saat mengobervasi Ibu Haniza diantaranya tujuan Diciptakannya produk tabungan iB Hijrah Rencana untuk menjadi solusi perencanaan keuangan bagi nasabah yang ingin mempertahankan atau memenuhi kebutuhan dan rencana masa depan mereka serta untuk mendisplinkan nasabah agar rutin dan konsisten untuk menabung. Pemasaran dilakukan dengan ketika ada nasabah yang datang ke Customer Service dan sudah memiliki produk tabungan inti akan ditawarkan produk tabungan iB Hijrah Rencana serta dijelaskan mengenai keunggulan produk tersebut, pemasaran lainnya dilakukan melalui media social. Tidak ada hambatan karena produk tabungan iB Hijrah Rencana memiliki peminat yang lumayan banyak daripada produk tabungan lainnya karena jangka waktunya fleksibel. Berdasarkan informasi yang didapat dari salah satu nasabah tabungan iB Hijrah Rencana yang bernama Ibu Siti Mujayanti. Menurutnya alasan lebih memilih menggunakan produk tabungan iB Hijrah Rencana, karena dulu pernah menggunakan produk asuransi, namun ditipu oleh pihak asuransi.

Wawancara dengan narasumber Ibu Ari selaku *Teller* dilaksanakan pada hari Selasa, 16 November 2021. Data yang diperoleh dari lapangan saat mengobervasi Ibu Ari diantaranya tujuan diciptakannya produk tabungan iB Hijrah Rencana yaitu untuk membiasakan nasabah agar rutin menabung untuk berjaga-jaga

jika ada kebutuhan mendesak dimasa yang akan datang karena tabungan ini memiliki sistem autodebet. Jika menggunakan produk asuransi jangka pembayarannya paten dan tidak bisa ditawar, namun jika menggunakan produk tabungan iB Hijrah Rencana nasabah bisa memilih sendiri jangka waktunya.

Wawancara dengan narasumber 10 masyarakat sekitar lokasi Bank Muamalat KCP Nganjuk, yaitu Bapak Nanang, Bapak Sumiran, Bapak Darmaji, Bapak Agung, Bapak Waji, Bapak Agus, Trianita, Salwa, Ibu Fatimah, dan Bapak Munawar dilaksanakan pada hari Jum'at, 19 November 2021. Data yang diperoleh dari lapangan saat mengobervasi masyarakat diantaranya hampir semua tidak berminat membuka rekening tabungan tersebut, hal ini disebabkan karena tidak adanya pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Nganjuk, sehingga mereka tidak mengetahui mengenai produk tersebut.